



ABSTRAK

FORMULASI STRATEGI BERSAING PT. TENMA CIKARANG INDONESIA

Rizki Cahyadi Permana
23/526101/PEK/29688

Strategi bersaing merupakan bagian dari strategi bisnis yang berfokus pada upaya perusahaan dalam menciptakan serta mempertahankan keunggulan kompetitif di tengah dinamika industri. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan formulasi strategi bersaing yang tepat bagi PT. Tenma Cikarang Indonesia, agar tetap menjadi pilihan utama pelanggan di tengah persaingan dengan perusahaan pemasok produk plastik lainnya. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya ketergantungan perusahaan terhadap satu pelanggan utama dan tantangan dalam mencapai stabilitas laba operasional selama beberapa bulan di tahun 2024, yang mengindikasikan perlunya evaluasi menyeluruh terhadap faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan.

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu Desember 2024 hingga Juni 2025, dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap tujuh narasumber, terdiri dari lima pihak internal perusahaan dan dua dari eksternal, yaitu perwakilan pelanggan dan kompetitor, serta melalui observasi non-perilaku yang dilakukan selama dua hari. Proses analisis dilakukan melalui teknik pengodean untuk mengidentifikasi tema, dilanjutkan dengan analisis menggunakan kerangka lima kekuatan Porter untuk mengenali peluang dan ancaman, pendekatan berbasis sumber daya untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, serta matriks ancaman, peluang, kelemahan, dan kekuatan untuk merumuskan strategi bersaing yang relevan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari sepuluh sumber daya dan kapabilitas perusahaan yang telah diidentifikasi, delapan dikategorikan sebagai kekuatan yang mencakup integrasi teknologi produksi, pengalaman teknis sumber daya manusia, dan reputasi sebagai pemasok terpercaya. Sementara itu, dua lainnya merupakan kelemahan, yaitu pada sistem pelaporan ke pelanggan dan kapabilitas sumber daya manusia dalam bidang digitalisasi dan otomasi. Melalui analisis matriks ancaman, peluang, kelemahan, dan kekuatan, dirumuskan lima strategi: memperkuat budaya pelayanan prima, mempercepat otomasi berbasis digital, mengembangkan kapabilitas sumber daya manusia, menerapkan sistem manajemen mutu berstandar otomotif, dan membangun posisi strategis dalam rantai pasok berkelanjutan. Strategi-strategi ini diharapkan dapat memperkuat daya saing PT. Tenma secara berkelanjutan di pasar industri manufaktur plastik pencetakan injeksi.

Kata Kunci: Strategi Bersaing, Pendekatan Berbasis Sumber Daya, Plastik Pencetakan Injeksi, Keunggulan Kompetitif.



ABSTRACT

COMPETITIVE STRATEGY FORMULATION OF PT. TENMA CIKARANG INDONESIA

Rizki Cahyadi Permana
23/526101/PEK/29688

Competitive strategy is a part of business strategy that focuses on a company's efforts to create and sustain a competitive advantage amidst industry dynamics. This research aims to formulate an appropriate competitive strategy for PT. Tenma Cikarang Indonesia, so that it remains the top choice for customers amid competition with other plastic product suppliers. The research is driven by the company's high dependence on a single major customer and challenges in achieving stable operating profit over several months in 2024, indicating the need for a comprehensive evaluation of internal and external factors.

The research was conducted from December 2024 to June 2025 using a qualitative approach. Data were collected through in-depth interviews with seven informants, consisting of five internal company representatives and two external parties—namely, a customer representative and a competitor—as well as through non-behavioral observation conducted over two days. The analysis process involved coding to identify themes, followed by the application of Porter's Five Forces framework to recognize external opportunities and threats, the resource-based approach to identify internal strengths and weaknesses, and a matrix that links threats, opportunities, weaknesses, and strengths to formulate relevant competitive strategies.

The results show that out of ten identified company resources and capabilities, eight are categorized as strengths, including production technology integration, technical experience of human resources, and reputation as a reliable supplier. The remaining two are weaknesses, namely the customer reporting system and the capabilities of human resources in digitalization and automation. Based on the analysis of the matrix that links threats, opportunities, weaknesses, and strengths, five strategies were formulated: strengthening a culture of service excellence, accelerating digital-based automation, developing human resource capabilities, implementing an automotive-standard quality management system, and establishing a strategic position in a sustainable supply chain. These strategies are expected to enhance the long-term competitiveness of PT. Tenma in the plastic injection molding manufacturing industry.

Keywords: *Competitive Strategy, Resource-Based View, Plastic Injection Molding, Competitive Advantage*